

「JAN企業コードからGS1事業者コードへ名称変更」

—国際標準の企業識別コードの利用拡大と国際標準への準拠—

(財)流通システム開発センターは、2012年4月より、現在の「JAN企業コード」を「GS1事業者コード」へ名称を変更する。

この名称変更は、GS1の定める国際流通標準に的確に準拠して、我が国の流通システム化を推進するのが目的である。

JAN 企業コードの変遷

JANコードに使用されている「JAN企業コード」は、企業を識別するための国際標準の企業コード(GS1 Company Prefix)であり、我が国では特に、GS1により割り当てられた国コード(GS1 Prefix)2桁を含んで表現している。

この「JAN企業コード」の名称は今までも改称され、その変遷は1970年代へ遡る。

1974年、我が国では当センターが通商産業省(現:経済産業省)の委託を受け、流通の近代化、効率化を推進する目的で、小売業におけるPOSシステムの導入研究を始めた。

研究の結果、POSシステムによる商品管理のために共通商品コードと表示のためのシンボルは、当時の米国のUPCやヨーロッパを中心とした流通標準のEANに準拠するものを採用することとした。

1977年には、共通商品コードにおける企業コードの管理を行うために当センター内にコード管理機関として「流通コードセンター」を設立した。

流通業界では、POSシステムの基盤となる共通商品コードと商品へのソースマーキングの開発、普及が急務とされ、翌1978年には、マーキング表示のためのシンボルとして「共通商品コード用バーシボル」がJIS化された。

同年流通コードセンターは、国際的に流通標準化を推進する機関となったEAN(現GS1)へ加盟し、国コード(Prefix)「49」を取得し、我が国の企業コードの一元管理を開始した。この企業コードは、商品を製造し、バーシボル表示を行う商品メーカーを識別するために、そのメーカーへ貸与するコードであることから「商品メーカーコード」と呼ぶこととした。

また、我が国における最初の共通商品コードとしてJAN(Japanese Article Number)コードの名称が定められ、JANシンボルによる商品へのマーキング表示が始まった。

その後、POSシステムの普及、JANコードの利用の拡大に伴い「商品メーカーコード」の登録件数は飛躍的に増加、1991年には累計登録件数が5万件を超えた。

当時の流通コードセンターは、「商品メーカーコード」の登録申請の増加による将来の「商品メーカーコード」の枯渇を懸念し、EANに対し「49」に追加する形で国コードの割り当てを申請し、1992年には、追加の国コード「45」を取得し、

1995年から国コード「45」により「商品メーカーコード」の貸与を始めた。

2001年には、登録件数が9万件を超えることが予測され、国コード「45」の付番領域において、さらなるコード付番の領域を確保するため9桁の企業コードによる貸与を始めた。このとき、JANコードにおける企業コードであることを強調するために名称を「商品メーカーコード」から「JANメーカーコード」へと変更した。

その後、JANコードの利用分野は一般消費財から、生産財へと拡大したり、商品へのバーシボル印刷表示はされずに、JANコードのみでもコンピュータ間のデータ交換における識別キーとして使用されたり、一般の小売市場の他にもインターネット販売、インターネットによる音楽などの配信において商品識別に利用されたりとさらに利用分野は拡大した。

また、企業コードとしては、コンビニエンスストアにおける各種料金の収納代行に使用されたりと、JANコードあるいは「JANメーカーコード」としての利用は、当初想定していたPOSにおける利用という枠を大きく越える展開となった。

この利用分野の拡大により、企業コードの登録申請者はメーカー・製造業者、卸売業、小売業などの流通業界をも越えて、サービス産業、学校法人、公共事業者、官公庁、公共団体などの事業者、団体・組織と多岐に渡るようになった。

2005年には、国際EAN協会がGS1へと改称し、国際的にも標準化の動きが高まり、我が国もGTINの導入対応など国際標準への準拠を強力に進めることとなったため、これを機に「JANメーカーコード」から「JAN企業コード」へと名称変更を行った。

新たな名称 GS1 事業者コード(JAN 企業コード)

今回の名称変更は、さらなる国際標準への適合と、我が国における今後のシステム標準化の展開を視野に、多岐多様な分野における国際標準の企業識別コードの利用を想定したものである。

我が国の「JAN企業コード」は、GS1においては、GS1 Company Prefixと呼ばれ、企業の識別コードとしてGTIN、GLNなどの9種のGS1識別コード(GS1 Identification Key)に使える規定となっている(下表参照)。

現在我が国では、JAN企業コードは、JANコード(GTIN)だけでなく、既にGLNの企業の識別コードとしての利用も進んでいる。この他にもパレットやコンテナなどの梱包単位を識別する“SSCC”(Serial Shipping Container Code)が検品作業の効率化のために利用されるなど、今後はGS1 Company Prefixが各種GS1識別コードにおいて使用されていくことが予測される。

JANコードにおける企業識別のためという根拠から命名された「JAN企業コード」の名称では、JANコード(GTIN)のみで利用出来る企業コードとしての印象が強く、他のGS1識別コードにおける今後の利用展開においては、名称に関して必ずしも的確ではないと判断した。

事業者の識別コードの名称として、実情に合うよう、あらゆる分野の事業者を包括する名称として、またGS1識別コードなどにおける事業者の識別コードとしての利用の拡大を想定し、GS1本部からの指導もあったため、2012年4月から「GS1事業者コード」へ名称変更することとした。

なお、混乱を避けるため、当分の間は「GS1事業者コード(JAN企業コード)」の表記とする。

今回の変更はJAN企業コードの名称のみの変更で、JANコードとしての名称コード体系、利用方法などについて変更はない。

今回の名称変更に伴い、「GS1事業者コード(JAN企業コード)貸与規約」を2012年4月1日付けで改定する。

この改定では、単に名称変更による改定に留まらず、GS1標準における企業の識別コードとしての位置づけを再認識し、さらに他の規約、規定との相互連携と体系化を図った。

このように利用分野の拡大が進むGS1事業者コード(JAN企業コード)、GTIN、GLNなどについて、当センターでは、国際流通標準の基盤としての正しい利用、普及PRを引き続き推進していく。

(GS1事業者コード(JAN企業コード)、GTIN、GLNなどについて詳しくは、(財)流通システム開発センターのホームページ<http://www.dsri.jp>を参照下さい。)

(流通標準本部 流通コードサービス部 田代)

GS1 識別コード (GS1 Identification Key) 一覧表

識別コード	名 称	識別対象の例/AI
GTIN	Global Trade Item Number グローバル・トレード・アイテム・ナンバー	商品 01 または 02
GLN	Global Location Number グローバル・ロケーション・ナンバー	企業・事業所 410 ~ 415
SSCC	Serial Shipping Container Code シリアル・ SHIPPING・コンテナ・コード	梱包 00
GRAI	Global Returnable Asset Identifier リターナブル備品識別番号	パレット、オリコン 8003
GIAI	Global Individual Asset Identifier 資産管理識別番号	固定資産・備品 8004
GSRN	Global Service Relation Number サービス受益者識別番号	顧客番号・患者番号 8018
GDTI	Global Document Type Identifier 文書識別番号	通関申告書・保険証券 253
GINC	Global Identification Number for Consignment 積荷番号	積荷 401
GSIN	Global Shipment Identification Number 出荷識別番号	1つ又は複数の物流単位 402

本号の主な内容

- 2面 新春トップセミナー講演
- 3面 新春トップセミナー・懇親会
- 4面 GS1 グローバルフォーラム開催
- 5面 世界ヘルスケア業界のシリアル番号
- 6面 流通 BMS 普及推進説明会
- 7面 お役に立っていますか

2012年 新春トップセミナー

新市場を創るソフト開発 —リクエ事業の現状について—

三菱食品株式会社 代表取締役会長 中野 勘治 氏



三菱食品株式会社のプロフィール

三菱食品株式会社は2011年7月1日に株式会社菱食が株式会社リョーショクリカーと合併したのを皮切りに発足し、2011年10月明治屋商事株式会社と合併を実施した。そして2012年4月1日に株式会社サンエス、株式会社フードサービスネットワークとの合併を予定している。

同社では国内外の環境変化に対応するため、「バリューチェーン・コーディネーター」を志向しており、以下の3つを重視している。

- 食の安定供給
- 各カテゴリーでのイニシアチブ発揮とオピニオンリーダーとしての活動
- 海外事業展開

震災後の環境変化

3月11日の大震災はマーケットや消費行動にも大きな影響と変化をもたらした。大きく言って以下の5つの現象がみられる。

- 物価の二極化
生活必需品である非耐久財価格が上昇し、反対に耐久財価格が下落している。また可処分所得の多い単身者増加は晩婚化により生活必需品購入を切り詰める一方、自分なりに価値を認めたこだわり商品は、高額でも購入するといった、複雑な消費行動を示すようになった。また金融資産の下落と実物資産の上昇がみられる。
- 節電
震災と電力不足の影響で節電関連商品のニーズが発生した。
- 近場で贅沢
自宅近辺でのレジャーやちょっとした贅沢をする様になった。
- 近隣での消費
高齢化により、自宅から遠距離の大規模店舗より自宅近所のコンビニエンスストア等で食品や日用品を購入するようになった。
- 男性の消費行動の変化
アルコール消費が減り、スイーツ等、元来女性向け商品の購買が増加した。

このような環境変化を踏まえたうえで、我が社のリクエ事業を紹介する。

RYQUE(リクエ)事業とは

RYQUE(リクエ)とは、お客様のご要望=リクエストにお応えするという意味を込めてネーミングされた中小飲食、給食事業者向け「新型卸売システム」である。本事業の特徴は、「生鮮品」と「冷凍・冷蔵品」「乾物」「調味料」「資材」等の飲食店様の営業に必要なものを全て一度にお届するシステムで、「一括注文」「一括荷受け」「一括支払い」等、仕入先を集約することによる店舗の運営のコスト削減に大きく貢献する事が出来る。

業務用食品業界の課題

一般家庭向け商品はPOSデータに代表される、顧客への販売データが入手可能であり、科学的なデータ分析とそれに基づいたマーケティング戦略策定を実施する事が出来る。一方、業務用食品は、事業に関わっている企業が売り先に関わるデータを公表していないので、マーケティングに必要な信頼できるデータ入手が困難である。従って、同業界では他社競合商品との比較が出来ず、自社商品の相対的な位置づけ把握も困難である。結果、業務用食品メーカーにおいても、科学的なデータ分析に基づかない、非効率な商品開発を実施している傾向がある。

そこで、パソコンの父と呼ばれる、アラン・ケイ(Alan Kay)氏の言葉を借りれば、未来を予測する最善の方法は、それを発明することだ(The best way to predict the future is to invent it.)の様に、当時存在していなかった、業務用市場を科学する事業を創造することを目指し、当RYQUE(リクエ)事業を発足させたのである。

逆張り戦略

当時、業務用食品業界の常識は、大手チェーン企業をターゲットとしていた。その理由は取扱い額が大きく、商品回転も速く、与信リスクも低い為、卸売業にとって魅力的なビジネスパートナーと考えられていた。一方、中小企業は1社当たり取扱い金額が小さい上、卸売業は多種多様な商品を準備する必要に迫られ結果取扱い点数が多くなり、更に与信リスクも高く、魅力的な市場とは考えられていなかった。

しかしながら、その中小企業、1件1件の取扱い額は小さいが、企業数が多い為、25兆円と言われる業務用食品市場の内、19兆円を占めている。そこで、その19兆円市場の内、卸売業に関係する5兆円市場をターゲットとして、同事業に参入した。

同市場の事業化は容易では無く、与信システムの確立、効率的なドミナント配送システムの確立、IT投資等、40億円に及ぶ投資を強いられたが、現在では事業規模60億円のビジネスに成長している。

事業概要

現在、東京、横浜、神奈川エリアでは自社便で、他地域は宅配便による配送を実施している。自社便のエリアでは、午前4時発注締め切り、当日配送を実施している。取扱い品目は酒を除く、業務用食材・資材7,000アイテムを取り揃え、年1回のカタログと月1回のチラシで訴求している。酒を取扱い品目から外している理由は、同事業のターゲット顧客が旧リョーショクリカーの2次卸売企業の顧客であるからである。従って、同卸売企業のビジネスと競合する酒類取り扱いには実施していない。

事業特徴

業務用食品業界の課題でも紹介したが、当業界はマーケティングに必要な信頼できるデータ入手が困難である点が大きな課題であると考えている。従って、科学的データの入手、分析、活用を一番重視している。RYQUE(リクエ)事業では、これまで入手不可能であった、19の業態毎の商品の販売データだけでなく、他社との比較検証も可能になっている。これにより、科学的分析に基づく、商品の位置づけ把握が出来るだけでなく、この売れ筋データを業務用食品メーカーに提供する事により、メーカーでは無駄を省いて、データに基づいた商品開発が可能になる。

事業推移

残念ながら、業務用食品市場は1997年の29兆円をピークに23兆6000億へ減少している。一方RYQUE(リクエ)事業は右肩上がりであり、取扱い品目も拡大傾向にある。RYQUE(リクエ)が支持される理由をアンケート調査したところ、下記の理由が寄せられた。

- 1位 品揃えの豊富さ
- 2位 カタログがわかりやすい
- 3位 生鮮と共配を実施している
- 4位 午前4時発注締め切り、当日配送である
- 5位 週6回配送である

この結果を、他社では提供できていない領域もしくは顧客は不便を感じている領域、言い換えれば、不満足領域へ同事業が進出出来ている結果であるととらえている。

次なる取組

同事業の次なるビジネスとして、レストランや他社とのコラボレーションを企画している。

レストランとのコラボレーションとしては、RYQUE(リクエ)をご利用いただいているレストラン自慢の商品を通販向けに開発し、三菱食品の保有する宅配やテレビショッピングの商流を活用して販売するビジネスであり、リクエグルメと命名している。

また、他社とのコラボレーションとしては、商品回転率が低く、賞味期限切れ等の廃棄リスクが高い、ロングテール商品の共通在庫化を実施して

書籍 JANコードの改定に対応しています

あらゆるバーコードを作成し、検証・納品致します。
JAN, GS1-128, STマーク, 書籍, 雑誌, ITF(2007年3月からのGTIN対応済みです)



ISBN978-4-7777-123-3
C2000 ¥1234E

納期

フィルムマスターは当日発送いたします。
バーコードは当日E-mail送信いたします。



1922000012342



YAMAZAKI 山崎情報産業株式会社 (ISO9001, ISO14001, プライバシーマーク取得済み)

〒101-0032 東京都千代田区岩本町1-12-3 URL: http://www.yamajo.co.jp

TEL 03-3866-1156 FAX 03-3851-1529 E-mail: barcode@yamajo.co.jp 担当: 山中, 木谷, 橋本

いる大手給食事業者との共同事業「ぐり〜んくる」や、三菱食品が保有する、高い日付管理、品質管理遂行力を生かした、業務用卸店向け在庫共有化：オープンストックシステムを推進している。

終わりに

三菱食品では、他社との合併や買収を通じた業務拡大を目指すのではなく、業務提携とコラボレ

ーションを柱としたビジネスの共有化により、ビジネスを発展させていく方針である。同時に正確なデータの入手、分析、活用することにより、バリューチェーン・コーディネーターとして力を尽くしたい。そして、生活者とのコミュニケーションを重視し、ライフスタイルマーケティングの更なる推進を図っていくつもりである。同時にそれを遂行する、ビジネスパーソンとして大切なのは

感性を磨き、好奇心を持ち続け、コミュニケーション力を磨き、そして絶えず続ける事であると考えている。

まだ、発展・改良の余地は大いにあるが、RYQUE (リクエ) 事業は多くの投資を行い、探し求めていた答えの一つの方向性が見えてきたと手ごたえを感じている。

(編集部・岩崎)

2012年 新春トップセミナー・懇親会を開催 — 2 個人、2 企業に感謝状 —

2012年1月12日(木)、財団法人流通システム開発センターは、毎年恒例となっている新春トップセミナー、および流通システム化貢献者に対する感謝状の贈呈式、懇親会を明治記念館(東京・信濃町)において開催した。

当日は経済産業省、流通関係団体、当財団の各委員会の委員、研究会メンバー、各種会員など、各方面から300名を超える参加があった。

流通業界トップによる講演

トップセミナーでは当センター・井上毅会長から新年の挨拶。センター開所40年を迎える今年、一般財団として新たに出発していくことを表明し、今後も積極的に流通業の情報システム化に寄与していく姿勢を示した。

続いて、三菱食品株式会社 代表取締役会長中野勘治氏から「新市場を作るソフト開発 〜リクエ事業の現状について〜」というテーマで、ご講演いただいた(講演内容については2頁参照)。

流通システム化推進の貢献者へ感謝状

セミナー終了後、会場を移して、流通システム化推進貢献者表彰と懇親会を開催した。

始めに、当センター・上野裕専務理事の挨拶のあと、来賓の経済産業省 商務情報政策局 商務流

通グループ 商務流通審議官 豊永厚志氏から祝辞を頂戴した。

続いて、流通システム化推進に貢献した個人2名と2企業に対し、当財団から感謝状を贈呈した。表彰されたのは以下の通りである。

〈個人の部〉

●稲垣登志男氏 (エス・ビー・システムズ株式会社 常務取締役/前 株式会社 菱食 IT ネットワーク本部 本部長代理)

EDI 関連の各種検討に参画し EDI 標準化に貢献された。また、流通 BMS の維持管理組織のあり方検討に参画し、流通 BMS 協議会の制度設計にも貢献された。

流通 BMS 協議会運営委員長、普及推進部会長として協議会においてリーダーシップを発揮された他、卸研の研究委員会座長として尽力され、現在も活動を継続支援されている。

●柴田 彰氏 (株式会社デンソーエスアイ 新事業開拓/前 デンソーウェブ 自動認識事業部 主幹)

バーコードの黎明期より、国内におけるバーコード普及に尽力され、バーコード発展の礎を築かれた。

また、海外では2次元バーコードである QR コードの国際標準化を積極的に推進された。



イオン(株)・縣氏

その他、ISO 国内委員長を長年にわたり務められ、RFID の国際標準の推進にも尽力された。

〈企業の部〉

●アマゾン ジャパン株式会社 (東京都渋谷区：代表取締役 ジャスパー・チャン)

Amazon.co.jp において2007年より開始した法人向け出店型サービス「マーチャント@amazon.co.jp」を運営・サポートしている同社では、バーコードを利用した商品管理システムを導入し、出店者の取扱商品に JAN コードを付けてもらうようにした。

これまで小売業の店頭で販売されていない商品には JAN コードの普及が図られていなかったが、同社の JAN コードの利用によって、この領域の対象商品への JAN コード化が飛躍的に進展した。

●株式会社ニッコー (大阪府枚方市：代表取締役 廣田彰啓)

2004年から、POS データを提供する小売業として RDS (流通 POS データベースサービス) に参加し、さらに2006年度以降は RDS の研究委員会に委員として参画・尽力された。

また、データ活用研究の実施店舗としても積極的に協力いただき、RDS 参加小売業の拡大に貢献された。

懇親会は昨年新たに GS1 理事に選任された、イオン株式会社 執行役 縣厚伸氏による発声で乾杯が行われた後、1時間半ほど歓談の時間が設けられた。

懇親会は終始、和やかな雰囲気の中で行われ、盛況のうちに終了した。

(編集部)



流通システム化推進顕彰者 (左より：稲垣氏、柴田氏、流開センター井上会長、アマゾンジャパン・前田氏、ニッコー・廣田氏)

グローバルコード情報提供サービス 提供中！ (GEPIR)

当センターでは JAN 企業コード/ GLN 専用企業コードの付与を受けている企業情報をインターネットを通じて提供する検索サービスを提供しています。当センターのホームページにアクセスし、必要事項を入力すると、登録企業情報/登録 GLN 情報が検索できます。

GEPIR (ゲピア) とは Global Electronic Party Information Registry の略

財団法人 流通システム開発センター

URL : <http://www.dsri.jp/> TEL (03) 5414-8511 GEPIR担当：小川、上田、田代

GS1 グローバルフォーラム開催

—90以上の組織が標準化をテーマに会合—

去る2月13日から17日まで、GS1本部(Global Office)のあるベルギー・ブリュッセルで、GS1グローバルフォーラムが開催された。本フォーラムは年に1回開催され、GS1が扱う様々なプロジェクトの取り組みや事例発表が行われる他、セミナーやグループセッション、マーケットプレイスと呼ばれる展示会も行われる。

□フォーラムの概要と目的

フォーラムには、世界90ヶ国の地域からGS1加盟組織(Member Organization:以下MO)やGS1システムの利用企業関係者、延べ約550名が参加した。日本からは、イオン(株)の縣執行役員(GS1理事)、イオンアイビス(株)高島氏、当センターから上野専務理事、国際部の宮崎、市原、真間、森が参加した。

フォーラムの目的は、GS1コミュニティとしての事業の成功を感謝し、GS1のビジョンと戦略を確認すること、この1年間にGS1が進めてきた標準化活動を評価すること、最良で革新的な事例を共有すること、単一のグローバル組織として組織間(MO間)の関係を強化すること、5月に予定されているGS1総会に提案する案件を準備すること、最後に、参加者間のコミュニケーションを深めることである。

今フォーラムでは、コンシューマー・グッズ・フォーラム(TCGF)、世界税関機構(WCO)、EU、欧州製薬団体連合体(EFPIA)、スウェーデン輸送管理局、ヨーロッパ中央銀行(ECB)、ティルブルク病院(オランダ)、VICS(米国の標準化組織)との連携がうたわれ、国際物流や、ヘルスケア、金融等、GS1の標準化活動の広がりが伺えた。eBay、コカ・コーラ、ペプシコ、ジョンソン・エンド・ジョンソン、SA2といったグローバル企業から、27名のスピーカーがプレゼンを行った。

□GS1戦略ブックの改定

冒頭、GS1戦略ブック(GS1 Strategy)の見直し報告された。この戦略ブックは、GS1のビジョン、理念、価値、GS1加盟組織が果たす役割、2012年から2015年までに優先的に取り組む事業、2020年に向けたビジョンをまとめたものである。

2015年までに優先的に取り組む事業は、①既存のGS1主力事業(小売業業界、ヘルスケア、輸送・物流(T&L))の標準化活動で成長を続けること、②B2CやEPCなどインターネット活用領域でキープレイヤーとなること、③自動車業界、金融業界等GS1が新たに取り組む業界において標準化活動の拡大を図ること、④GS1ブランドの認知度を高めること、⑤加盟組織が相互連携した世界クラスの組織として発展を続けることの5点を挙げている。

GS1は既存の標準化インフラの維持・拡大を図りながら、消費者が求める安心・安全のニーズ



司会を務める森上級研究員

に対応するため、モバイルをはじめ、トレーサビリティ、プロダクト・リコール、サステナビリティ、偽物対策といったソリューションを提供し、物とサービスの可視化を図ろうとする姿勢が伺える。

□GS1が取り組む新たな業界

GS1では、新たな業界に標準化をアプローチしているが、金融、フードサービス業界の状況が報告された。

金融分野では、ヨーロッパ中央銀行とGS1ドイツが、キャッシュ・マネージメント・サービス(紙幣・貨幣のハンドリング)を、キャッシュEDIとして取り組んでいる。2008年、GS1ドイツが取り組みを開始し、現在、EU地域に拡大している。ユーロがEU地域全体で流通しており、紙幣、貨幣の移動の管理が求められており、GS1標準の利用を図ろうとしている。現在、DECS(Data Exchange for Cash Services)というプロジェクトを進めており、2012年から2014年に導入を行う予定である。

フードサービスは、GS1USよりマクドナルドとの取り組みが報告された。

米国のフードサービス業界は、マス導入(例えばバーコード)から、コラボレーションとイノベーションの時代となったという変化の認識のもと、GS1USは、フードサービス業界の検討組織を設けた。検討組織における標準化の導入目的は①効率化を図る(在庫管理、資金管理)、②食品安全性確保(コモンデータ項目によるトレーサビリティ)、③商品情報の改善(レストラン関係者が求めるアレルギー、原産地など完全な情報)の3点に定め、GTIN、EDI(ペーパーレスを図る)の活用、在庫管理、トレーサビリティ、栄養価情報など(グローサリーも求めている情報)の標準化を進めている。マクドナルドとの取り組みは、先進的なSCM構築を目標に、GS1標準の利用を検討する予定で、報告では両者で協議を開始した段階とのことであった。

□日本からの情報発信

アジア太平洋地域のMOにGSMP(GS1の標準化活動)への積極的参加を呼びかける組織、「アジア太平洋GSMPインタレストグループ」が2010年より活動を行なっている。フォーラムの2日目、森上級研究員を議長に会合を開催した。8つのMOと、本部からGSMPの責任者が参加した。会合では、アジア地区でGSMPの参加促

進を図るための提案や、バーコードの標準の状況が説明された。

マーケットプレイスでは、「GS1モバイル・コム」ブースに協力した。今年のマーケットプレイスは、展示規模が拡大し、別会場で開催された。株式会社デンソーウェーブ様からの協力を頂き、同社が試作したiPhone用のGS1QR読み取りソフトのデモを行なった。GS1QRは、この1月に新たに制定したGS1のバーコード標準である。GS1QRの読み取りソフトは、世界初のお披露目となった。デモソフトには、GS1QRのデータフォーマットチェック機能、URLを生成するためのデータ列の並替えの機能を有する。GS1幹部をはじめ、多くの関係者に説明を行った。



マーケットプレイスにおけるイオン(株)執行役員(中央)

T&LのMO間の情報共有のセッションでは、真間主任研究員が日本の取り組みを発表した。T&Lは、香港、台湾、マレーシアも事業を進めており、フォーラムの3日目に開催したアジア太平洋地域会議でも、APEC(アジア太平洋経済協力会議)、ABAC(APECビジネス諮問委員会)と並んで関心が高いテーマであった。

□シンガポール タン・ジン・スーン氏の引退セレモニー

フォーラムの終盤、GS1アイルランドのCEO、ジム・ブラッケン氏、GS1シンガポールの前CEO、タン・ジン・スーン氏の引退セレモニーが行われた。ブラッケン氏は、食品トレーサビリティ、ヘルスケア、最近ではGS1データバーの普及に貢献され、タン氏は、日本と並びアジアでは最古参の加盟組織の代表として、GS1MBメンバーなど要職を歴任しながら、GS1におけるアジア地区の地位向上に努めた。セレモニーは、両名のGS1への貢献を、ビデオ、写真、スピーチで紹介し、GS1本部のミゲルCEOより記念品が贈呈された。



引退演説をするタン・ジン・スーン氏

次回のフォーラムは、2013年2月18日から22日までブリュッセルで行われる予定である。(国際部 市原)

SAPO DCS & Labeling Worldwide

ノンセバ®ハンドラベラー
30年以上前から、ノンセバラベルを
搭載していました。

Since 1978

環境に配慮したサトーの精神は、今も受け継がれています。

あっ! 台紙がない。

ノンセバ®シール・ラベル

「ノンセバ®」はサトーの登録商標です。

2010

ラベルの表・裏面に
同時印字を実現!

2枚のラベルを貼合わせたノンセバ®コンビ
ラベルで台紙なし、ラベルのムダなし。

剥がして2枚に 広げて貼る

株式会社 サトー フリーダイヤル ☎0120-090310

www.sato.co.jp

世界ヘルスケア業界のシリアル番号表示について

—各国規制当局が医薬品と医療機器にGS1 標準コードを要請—

世界の規制当局の動向

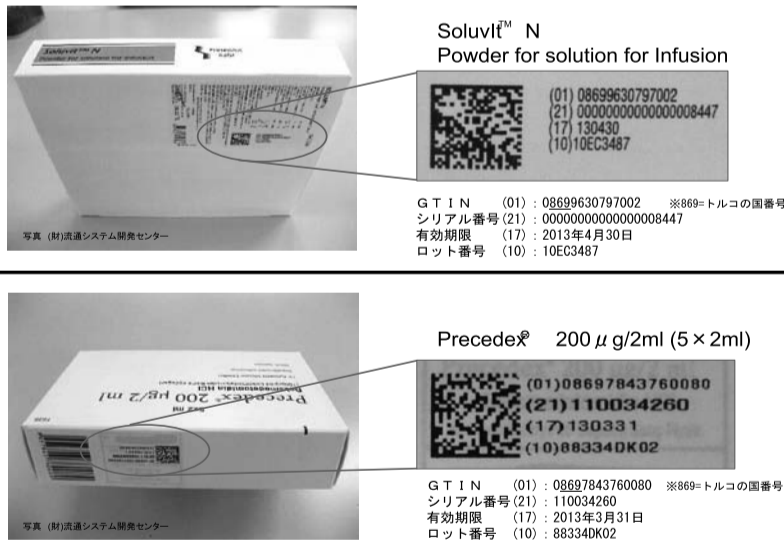
世界のヘルスケア業界でこの2、3年注目すべきは、各国の医薬品、医療機器の製造・販売・流通の許認可を行う規制当局（日本は医薬品医療機器総合機構）が医薬品や医療機器に対して製品識別の標準化、バーコード表示、データベース登録、追跡管理の義務化を推進していることである。これは誤投薬防止・医療事故削減、そして損害賠償額の負担軽減など、さまざまな市場要請に応えるためであるが、もとより医薬品も医療機器も世界各地で製造・流通・販売され、全世界の病院で患者（利用者）が使用するグローバルな商品である。国ごとにバラバラな規制では、世界規模で製造するメーカーの製造・流通・販売を分断し、それぞれの卸売業の流通を混乱させ、さらに個々の病院での製品の使用、つまり処置処方方を制限してしまう。これは、たいへん不都合・不合理であり、社会全体から見て極めて不経済なことである。従って国を超えたレベルで、医薬品や医療機器に対して共通かつ標準化された仕様（specifications）や製品表示ルールが求められる状況にあることが理解されよう。

医薬品にシリアル番号を義務化

各国では製品識別のために、「製品コード」、「日付」、「ロット番号」以外に個々のパッケージ（いわゆる中箱）に「シリアル番号」のバーコード表示の義務化が開始されている。

第一番にトルコ厚生省によって製品コード・日付・ロット番号・シリアル番号の4項目の二次元シンボルのデータマトリックスによる医家向け医薬品への表示が2011年にスタートした（図表1参照）。既にトルコ国内で流通する医家向け医薬品の8割から9割に、このデータマトリックスが表示されていると言われる（2011年10月調査）。

図表1：トルコ シリアル番号データマトリックス表示の医薬品包装



つづいてフランス政府が2011年から医家向け医薬品に製品コード・日付・ロット番号の3項目表示を義務化した。同年10月現在、フランス国内で7割がデータマトリックスで表示済みである（ストラズブル大学病院薬剤部調査）。

また、ヨーロッパ連合（EU）は2011年3月議会承認を経て、同年7月、域内にEU指令を指令した。この指令は域内の各国厚生省、規制当局に2016年夏までに国内での法律作成と発効を求めるもので、もちろん、パッケージへのシリアル番号表示を骨子としている。さらに米カリフォルニア州政府は、2015年に州内で流通、販売される医家向け医薬品の50%に、2016年夏には残り50%に製品コード・日付・ロット番号・シリアル番号の4項目の表示を義務化する。州政府は表示媒体について、バーコード・電子タグの指定をしていないが、メーカー側はデータマトリックス（二次元シンボル）による製品表示が費用対効果が高いことから、これを選択する途上にある。

ブラジル厚生省、中国衛生部（＝厚生省）も義務化施策を推進中である（図表2参照）。

医療機器のシリアル番号化

医療機器分野でも、世界で製造・流通・使用される医療機器について医薬品同様に義務化が進められている。それが世界レベルで医療機器の規制を整合、共通化する標準化機関として1992年に設立されたGlobal Harmonization Task Force（世界医療機器規制整合化会議、略称：GHTF、GS1ヘルスケアは同会議にオブザーバ出席）である。

GHTFは、2011年9月に世界の医療機器業界に「医療機器ユニークデバイス識別ガイダンス」という、いわゆる世界憲法を発表した。これは多種多様な存在する医療機器の一台一台を、唯一ユニークにデータ識別するという規制である。このガイダンス発表を受けて、EUは米国に先駆けて、2012年夏に

図表2：医薬品の表示・登録・追跡規制の動向

規制	国	規制実施時期	標準製品コード表示	シリアル番号表示	データベース登録	製品の追跡
規制実施済/規制予定	トルコ、フェーズ1	2010年3月	✓	✓	✓	
	トルコ、フェーズ2	2012年1月				✓
	フランス	2011年1月	✓			
	米国-カリフォルニア州	2015年1月(50%) 2016年1月(50%)	✓	✓	✓	✓
	ブラジル	2012年1月		✓	✓	
	中国	2011年4月		✓	✓	✓
規制予定	EU偽造薬対策指令 (2011年3月議会承認6月公開)	2016年夏各国対応	✓	✓	✓	
	大韓民国	2013年1月	✓	✓	✓	

出典：ノバルティス・ファーマ社資料

EU指令を発令する。本年の第2四半期に「医療機器のトレーサビリティ確保に関するEU指令」（仮称）を発令する見通しで、域内各国はそれに基づき国内法令を策定しなければならない。義務化はハイリスク製品から順に識別のための固定桁データ+シリアルナンバー等の可変桁データの表示要求していくことになる。データベースについては当然欧州で統一のものを用意する必要があり、欧州医療機器産業連合会と合体することを想定している。当然、これは米国FDAが準備中の医療機器データベースと技術整合性を確保するとしている。

国内の動向

このような世界動向の中、日本国内では、「偽造薬の流通がない」、「被害報告がない」、「医療材料にニセモノは存在しない」という論調が先行し、医薬品でも医療機器でもシリアル番号表示や追跡管理のためのデータベース整備などの検討は今の所なされておらず、世界の潮流とは、やや異なる状況にある。製品にシリアル番号があれば、医療現場では、「患者別処方薬シリアル番号別の明細管理」も確立でき、安全担保を一段と推進できるであろう。

また、卸売業の「副作用医薬品」回収は、全国に流通し病院倉庫に在庫されている該当製品のグループ番号である「ロット番号」を頼りに、何百万個や何千万個単位で回収している。ここでも各々のシリアル番号単位でわかれば、製品の拡散状況を正確に把握できるため、卸売業全体の作業負担、コスト負担の軽減につながるであろう。

シリアル番号は偽造薬流通の防止にのみ活用されるわけではない。ガラパゴス化を回避するためにも今後のオープンな議論展開が必要である。

（国際部 黒澤）



電子タグ (EPC/RFID) 入門講座

参加費無料

電子タグ (EPC/RFID) 入門講座について

海外や国内のさまざまな業界・分野において、電子タグを本格導入する動きが広がっています。この講座では、電子タグの特徴や国際標準、活用事例について、動画やデモンストレーションをまじえながら、初めての方にもわかりやすく解説します。



開催日・場所

2012年5月17日(木)

● 当センター会議室（東京都港区赤坂7-3-37 プラース・カナダ2F）

地下鉄 銀座線・半蔵門線・大江戸線「青山一丁目」4番出口 徒歩約3分

受講対象者：電子タグシステムにご関心のある企業の皆様、特に自社業務での電子タグの利用をお考えの方。

プログラム (14:00~16:30)

- (1) はじめに
- (2) 電子タグとは
- (3) 電子タグの活用シーンと導入事例
- (4) 電子タグシステムの導入に向けて
- (5) EPCglobal標準の紹介

参加方法

ウェブサイト上のお申し込みフォームよりお申し込みください。

URL：http://www.dsri.jp/semsal/seminar/epc_seminar.htm

お問い合わせ：(財)流通システム開発センター 国際部 EPCグループ (EPCglobal Japan)
Tel：03-5414-8570 E-mail：epcdesk@dsri.jp

流通4団体合同「流通BMS普及推進説明会」開催される 会員小売業62社(88名)が来場

流通4団体^(※1)は昨年、会員企業が容易に、低コストでEDI取引を実現できるよう、流通BMSを利用した共通インフラ「スーパーマーケットクラウドEDIサービス(略称:スマクラ)」を本年から開始することを発表したが、その紹介を兼ねた「流通BMS普及推進説明会」を1月25日(水)午後、東京・港区で開催した。

※1日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会、一般社団法人新日本スーパーマーケット協会、一般社団法人日本ボランタリーチェーン協会

内容は下表プログラムのとおり、主催者を代表して日本スーパーマーケット協会の大塚専務より、なぜ今、流通BMSの導入を検討すべきなのかについて説明がなされた後、当協議会の坂本から、流通BMSの制定経緯、標準化の内容と効果、

普及状況、今後の展望などについて説明した。

その後は、協会事務局の篠原氏による「スマクラ」の紹介を挟んで、サミットの長尾マネジャー、ヤオコーの神藤部長からそれぞれの流通BMS導入事例紹介が行われた。長尾氏は「製配販一体の標準化取組みに貢献し、お取引先と協力して社会的責任を果たす」と、また神藤氏は「流通BMSサービスを導入し、共用型のスマクラを利用することでコストダウンした」と流通BMSの意義を熱く語っていた。

最後に、経済産業省・流通政策課の妹尾課長補佐から、来年度の補助事業として8億円が計上された「ライフライン物資供給網強靱化実証事業」^(※2)について説明が行われた。

※2小売業・卸売業・製造業等から、加工食品や日用品等の販売データ(POSデータ)、在庫データ、生産デ

ータ等を収集・整理し、非常時には政府・自治体・消費者に対して各種情報を提供し、平常時には、メーカー・卸売業・小売業による最適な生産・在庫管理・調達を可能にする基盤システムの構築事業

今回の説明会の対象は、4団体の通常会員(小売業)限定だったが、食品スーパーを中心に62社から88名の小売業が参加、その関心の高さを示していた。その他、会場には多数のマスコミ関係者も詰めかけ、終了後、講師に取材が行われていた。

流通4団体では東京に続いて、2月(2/29)に名古屋で本説明会を開催したほか、3月(3/22)に福岡、4月に大阪、5月に広島で計画しており、6月以降、仙台、札幌での開催も予定している。

(流通BMS協議会 事務局)



流通BMSロゴマークをバックにした講師陣
後列左から妹尾氏、長尾氏、篠原氏 前列左から神藤氏、大塚氏、坂本



盛況の会場風景

流通4団体合同「流通BMS普及推進説明会」プログラム

No	時間	テーマ	講師
1	14:00 ~ 14:20	流通BMS普及促進事業について	日本スーパーマーケット協会 専務理事 大塚 明氏
2	14:20 ~ 14:35	流通BMSの概要と普及状況	(財)流通システム開発センター 研究開発部長 坂本尚登
3	14:35 ~ 15:15	事業基盤の強化と流通BMSの導入について	サミット(株) 情報システム部マネジャー 長尾 建氏
4	15:15 ~ 15:30	協会の流通BMS普及推進【スマクラ】の取組みに関して	日本スーパーマーケット協会 流通推進部長 篠原 豊氏
5	15:50 ~ 16:30	流通BMS導入メリットと将来の活用戦略	(株)ヤオコー 営業企画部 システム管理担当部長 神藤信弘氏
6	16:30 ~ 16:45	消費財サプライチェーンに関する大規模災害時の課題と今後の取組み	経済産業省 商務流通グループ 流通政策課 課長補佐 妹尾善多氏
7	16:45 ~ 17:00	質疑応答	
8	17:00 ~ 17:10	流通BMSの意義	農林水産省 食料産業局 食品小売サービス課 課長補佐 齋藤勇一氏

「流通ビジネスメッセージ標準」「流通BMS」は(財)流通システム開発センターの登録商標です。

「流通ビジネスメッセージ標準(流通BMS)」で定める標準の維持ならびに適切な利用促進のため、(財)流通システム開発センターで商標登録をしています。

文字商標 (流通ビジネスメッセージ標準、流通BMS)

すべての個人、団体が使用規約に則り使用できます。
使用規約はこちら http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/standard/data/moji_kitei.pdf

図形商標 (右のロゴマーク)

流通システム標準普及推進協議会会員のみが使用できます。
(財)流通システム開発センターに使用申請をしていただきます。



流通BMS図形商標 (モノクロ版)

企業訪問シリーズ⑧

お役に立っていますか?

JICFS/IFDB を視覚障害者支援サービスに活用
生活協同組合 おおさかパルコープ

〈JICFS を視覚障害者支援サービスに活用〉

生活協同組合 おおさかパルコープでは、2011年8月1日から、JICFS / IFDB (JFCFS) のデータベースを活用し、商品名や調理方法を携帯電話(ケータイ)で音声化することができるQRコードのシール(「QRシール」)を提供するサービスを本格的に開始しました。



左から：おおさかパルコープ 蒲生さん、糸数さん

この取組みは、視覚障害者の利便性向上を目的としたもので、まず同組合のつるみ店(大阪市都島区)でスタートしています。

〈QRコードの文字情報を携帯電話で音声化〉

サービスの基本的な流れは、①サービスカウンターに持ち込まれた商品のJANコードを、担当者が業務用PDA(株CSE「Pit」)で読み取る、②検索して得た商品情報からQRコードを生成し、ラベルライター(プラザ販売株「ピータッチ9800PCN」)で切手サイズのシールを印刷する、③その場で商品に貼り付ける、というものです。

このQRコードを、視覚障害者が持っている携帯電話(株NTTドコモ「らくらくホン」)で読み取ることで、書かれている文字情報を合成音声として聞くことができる仕組みです。

〈シールのオンデマンド発行がミソ〉

視覚障害者の場合、買ってきた商品のパッケージにある商品情報を自分一人では知ることができないと言う問題を抱えています。携帯電話等でJANコードを読み取って音声にすれば解決しそうですが、JANコードの印刷位置を知ることが難しかったり、ようやく位置を見つけて読み取っても、プライベートブランド商品や生鮮食料品・惣菜等のインスタ商品は商品の検索が不能であるという課題が残ります。

これを解決したのは、商品情報をもとにQRコードのシールをその場で作るという着想です。店舗独自に採番している量り売り品や値引き品などでも、レジのPOS端末と同じく、店内LANに問い合わせればすべての商品が検索できます。検

索は店舗内ですませ、そこで得た文字情報をQRシールで貼付すれば、その手触りから読み取るべき場所もわかるという一石二鳥の着想でした。

〈JICFS とストアコンピュータの連携で実用化〉

視覚障害者の課題に取り組んできたパルコープの組合員グループ「さざ波」による聞き取り調査から、更に賞味期限や商品説明など、店内LANのストアコンピュータからは得られない情報も必要とされていることがわかりました。このため、豊富な情報を網羅するJICFSをメインに据えることで、通常JANコードから知る方法が存在しない賞味期限等にも対応しています(表参照)。

Table with 2 columns: 必要な情報, JICFS/IFDB の活用. Rows include 賞味期限(の目安), 商品説明.

〈さらに便利なサービスへ〉

視覚障害者の方は、カップめんにも湯を注いでからの調理時間、さらに冷凍食品の場合には、レンジ加熱・揚げる・焼くなどの調理法の情報も必要としています。これらを網羅する既存のデータベースは存在しないため、「Pit」の4.3インチタッチパネルを活かしてその場で入力できるようにするとともに、あらかじめ約300アイテムを「さざ波」のメンバーが入力して整備しました。現在では同店で取り扱う商品のほぼ全てを網羅するまでに広がっています。

〈JANコードと市販ケータイで安価な仕組みに〉

視覚障害者の問題解決に向けて研究レベルで先進的な取り組みがいくつも進められていますが、視覚障害者の立場からは、少しでも早く状況を改善したいという要望も同時に存在していました。

同組合は、JANコードを読み込んで音声化する仕組みを一般社団法人情報処理学会 ユニバーサルデザイン協創フォーラムで開発していることを知り、協力を依頼。JANコードだけでなく、QRコードも併用することで、必要となる情報を追加できるように進歩させました。これが「COOP-QR」です。

「COOP-QR」は、現時点で最良の仕組みを提供すると言うコンセプトから、既存システムを最大限に活用して作られているのが特徴です。

その一つが、使いやすさを第一に考えて専用端

末や特別なソフトを使用せずに、視覚障害者が普段から使う「らくらくホン」を用いる点です。

そして、もう一つが、商品情報データベースJICFSを最大限活用している点です。JICFSには、商品名にとどまらず、JANコードと紐付けられた多種多様な商品属性が蓄積されており、「商品コメント」属性を活用した商品の詳しい説明や、購入日と日持ちをセットにして賞味期限の目安とする活用法も、「有効期間」属性を使うことで可能となっています。

このシステムの要であるデータベースを独自に構築する場合、膨大な時間とコストが必要になりますが、JICFSを活用することで、蓄積されていた250万アイテムの商品情報を利用することができた上、多大な投資も避けられました。

〈利用者にも評判、一層の普及拡大に向けて〉

「COOP-QR」はパッケージを開封せずに中身が分かって便利と、利用者にも大変好評です。

同組合では利用拡大のために「さざ波」が中心となり、「QRコード読み取り講習会」を定期的に行っています。さらに視覚障害者の利用が多い共同配送や個配にも導入を検討中です。



同じ形のパッケージでも違いが判ると利用者の幅員さん

また、この取り組みに賛同する事業者に対しては、POSメーカーは勿論、競合するチェーンストアであっても「QRシール」のアイデアやシール発行機の技術などを無償で開放するとして、幅広く活用されるように取り組んでいます。(編集部)

企業名：生活協同組合おおさかパルコープ
設立：1975年11月
出資金：138億6609万円
従業員数：2,010名(含 定時職員)
組合員数：35万7,782名
本部：大阪市都島区東野田町1-5-26
店舗数：8店舗(2011年3月20日現在)

写真：「COOP QR」サービスの流れ



①商品をサービスカウンターへ



②「QRシール」の印字



③商品へ「QRシール」を貼付ける

バーコード入門講座

参加費無料

プログラム

Table with 2 columns: 第1部 JANコード・集合包装用商品コード・GTINの基礎, 第2部 GS1-128 GS1 データバー・電子タグ(EPCglobal)の基礎. Includes time slots like 13:30 ~ 15:00 and 15:10 ~ 16:30.

※プログラム内容につきましては、当センター迄お問い合わせ下さい。
受講対象者：流通情報システムにご関心のある方。これからバーコードを導入する事業者。
小売業・卸売業・商品メーカー・IT企業・物流業など。

参加方法

ウェブサイト上のお申し込みフォームよりお申し込みください。
URL：http://www.dsri.jp/semsal/seminar/barcode.htm

開催日・場所

東京会場：2012年3月28日(水)・4月18日(水)

●当センター会議室(東京都港区赤坂7-3-37 プラース・カナダ2F)
地下鉄 銀座線・半蔵門線・大江戸線「青山一丁目」4番出口 徒歩約3分

大阪会場：2012年4月25日(水)

●大阪商工会議所 6階 白鳳の間(大阪市中央区本町橋2-8)
Tel：06-6944-6268
地下鉄「堺筋本町」12番出口 徒歩10分 地下鉄「谷町4丁目」4番出口 徒歩10分

お問い合わせ：(財)流通システム開発センター バーコード入門講座担当
Tel：03-5414-8515 E-mail：shimizu@dsri.jp

情報志向型卸売業研究会 (卸研) 会員募集!!

情報志向型卸売業研究会とは

卸研は、各業種の卸売業に共通する情報化の課題を中心として研究し、情報志向型卸売業への発展を図ることにより、卸売業の合理化及び近代化を促進することを目的として、1985年8月、通商産業省(現:経済産業省)の指導により設立されました。設立後、卸の情報化に関するわが国唯一の業種横断的な調査研究ならびに啓蒙活動を行う研究会として、さまざまな研究や提言を行ってきました。事務局は(財)流通システム開発センター内に置かれています。

主な活動(これまでの実績)

- ◆研究委員会(年9回以上開催)
 - 2010年度/2011年度の検討テーマ「卸売業の取り組む環境問題」
 - 見学先: コープこうべ魚崎浜ドライ集配センター、コープこうべ魚崎浜要冷蔵集配センター
 - 旭食品 四国総合流通センター、ピップ九州物流センター、キューピー 鳥栖工場
- ◆卸研フォーラム(年1回)
 - 卸研フォーラム2011「災害時の事業継続～卸売業の果たす役割～」
 - 卸研フォーラム2010「卸研25年とこれからの卸売業」
- ◆その他
 - 総会、政策懇談会、運営委員会、企画委員会、各種情報提供など



卸研の詳細は http://www.dsri.jp/society/oroshi_ken.htm をご覧ください
お問い合わせは卸研事務局まで: e-mail: info@oroshiken.dsri.jp Tel: 03-5414-8515
(財)流通システム開発センター内 卸研事務局 〒107-0052 東京都港区赤坂7-3-37-3階

流通情報システム研究会 (シス研) 会員募集中!!

流通情報システム研究会 (シス研) とは

流通情報システムに関する先進技術の国際標準化をはじめ、流通業を取り巻く環境はめまぐるしく変化しています。これらの流通情報システムの最新情報、導入活用事例などをタイムリーに提供するのが流通情報システム研究会(略称:シス研)です。

テーマ(2012年度予定) ユーザー事例中心、受講しやすい時間設定で開催予定です!

1. 定例セミナー(A会員対象:半日、タイトルは予定です)
 - 第1回 6月 流通BMS取り組み事例のご紹介
 - 第2回 7月 卸売業界の流通情報システム事例のご紹介
 - 第3回 9月 小売業界の流通情報システム事例のご紹介
 - 第4回 1月 消費財製造業界の流通情報システム事例のご紹介
 - 第5回 2月 アパレル業界の流通情報システム事例のご紹介
2. 見学会(A会員対象:半日)
 - 第1回 3月 ユーザー企業などの見学
3. 特別セミナー(全会員対象:半日)
 - 第1回 11月 会員企業による最新流通情報システムの紹介

入会などについては、(財)流通システム開発センター内 シス研事務局まで、お問合せ下さい。
〒107-0052 東京都港区赤坂7-3-37 プラス・カナダ3F Tel: 03-5414-8515 Fax: 03-5414-8514
会員区分、年会費等の詳細は、ホームページをご覧ください。URL: http://www.dsri.jp/society/sys_ken.htm

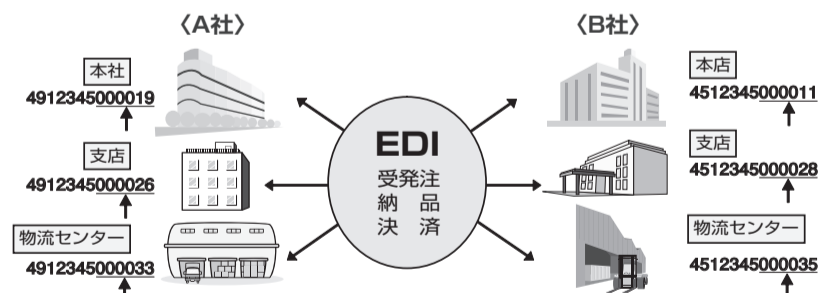
GLNにのみ使用できる「GLN専用企業コード」の新規付番貸与は2012年3月末で終了します

GS1が定める国際流通標準のルールに対応するためです。

- 2012年4月より、初めてGLNを設定する場合には、「JAN企業コード」を申請し、「JAN企業コード」を使用したGLNを利用してください。なお、既に「JAN企業コード」の貸与を受けている事業者は、新たな「JAN企業コード」の申請は不要です。「JAN企業コード」の後にロケーションコードを設定し、GLNとしてご利用ください。
- 2012年3月までに貸与された「GLN専用企業コード」は、2012年4月以降もGLNのみに利用できます。またその場合は、これまで通り3年毎の更新手続きが必要となります。

GLN (Global Location Number の略) とは

- ◆GLNはEDI(企業間電子データ交換)等に利用できる国際標準の事業所コードです。
- ◆GLNは国内および国際間の企業間取引で、企業や事業所等を唯一に識別できるコードです。
- ◆GLNの情報は、GLNデータベースに登録することにより、世界中から検索できます。



GLNを利用するには「JAN企業コード」を使用してください

GLNのコード体系

- ◆GLNは、JAN企業コード、ロケーションコード、チェックデジット(C/D)で構成される13桁のコードです。
- ◆「JAN企業コード」の利用にあたっては、流通システム開発センターへ貸与の申請(有料)が必要です。
- ◆すでに「JAN企業コード」の貸与を受けている企業は、そのままGLNに転用できます。改めて申請の必要はありません。

JAN企業コード(7桁)を使用したGLN



JAN企業コード(9桁)を使用したGLN

